

МОЖЕМ СТАТЬ ЛУЧШЕ!



Гибкость Открытость Лидерство **Человекоцентричность**

Больше, чем книги и картины: как культурные учреждения создают уникальный опыт

«Расширять доступ к книжным фондам физически и онлайн и превращать библиотеки в активные центры образования и возможностей для всех горожан»



Публичная библиотека
Нью-Йорка

«Быть живым местом для встреч и творчества, доступным для всех, удовлетворяя потребности различных групп горожан»



Центральная библиотека
Хельсинки

Человекоцентричность (англ. human-centricity) – это подход, при котором **в центре внимания организации находится человек со своими ценностями, потребностями и приоритетами.** Этот принцип выходит за рамки традиционной клиентоцентричности, охватывая не только клиентов, но и сотрудников, партнеров и общество в целом. Человекоцентричность является глобальным трендом не только в бизнесе, но и в других сферах, включая культуру. Некоторые учреждения человекоцентричный подход отражают даже в своих миссиях.

Библиотеки во всем мире перестают быть только «местом встречи книги с читателем»:

они готовы к экспериментам с форматами и стремятся предоставить разнообразный культурный опыт своим посетителям.

Например, Центральная библиотека Хельсинки стала концептуальной площадкой для любой совместной деятельности. В этой библиотеке можно не только почитать или получить другой традиционный библиотечный сервис, но и арендовать переговорную комнату, конференц-зал, коворкинг, лофт для праздников, игровую комнату, студию для съемок, бесплатно воспользоваться оборудованием типографии, 3D-принтером, компьютерами и даже швейными машинами.



Разнообразный культурный контент для людей с разными интересами и потребностями есть и у объектов, традиционно считавшихся заложниками формата из-за особенностей инфраструктуры – например, дома-музеи или объекты культурного наследия.

Ярким примером является токийский музей Тейен: роскошное здание в стиле ар-деко было резиденцией японского принца Ясухико, затем признано объектом особого культурного значения Японии. Сейчас на его территории проходят выставки, посвященные не только периоду начала прошлого века, но и современному искусству, а также художественные мастер-классы, концерты, театральные постановки, чайные церемонии.



Помимо мультиформатного удовлетворения культурных потребностей, человекоцентричные **учреждения идут навстречу запросам своих посетителей и смело выходят за рамки своей основной деятельности.** Уже упомянутый музей Тейен приглашает



токийцев и туристов погулять по саду на своей территории, посетить магазин фермерского сыра и вина, попробовать десерты в кондитерской или пообедать в ресторане высокой французской кухни – и все это в стенах музея.



Расширение палитры культурного предложения в виде культурных мероприятий, шопинга, прогулок или дегустаций – не единственный способ реализации концепции человекоцентричности. Можно выделить подход культурных центров Сеула, которые стимулируют переход горожан от модели чистого потребления культурного контента к модели непосредственного участия в его создании, предоставляя помещения для занятий живописью, фотографией, танцами, совместным литературным творчеством (в том числе, на платной основе), помимо классического доступа к выставочным залам с постоянной или временной экспозицией.



Таким образом, культурные учреждения, внедряя концепцию человекоцентричности, трансформируются в мультифункциональные пространства, которые удовлетворяют культурные, социальные, образовательные и даже бытовые потребности, способствуя вовлечению и активному участию всех категорий горожан в разнообразной деятельности. **Человекоцентричный подход в культуре не только расширяет спектр услуг, выстраивая их вокруг потребностей и интересов посетителей, но и формирует дополнительные возможности коммерциализации**, диверсифицируя источники дохода для самих учреждений.

Материалы подготовлены на основе исследования ИСИЭЗ НИУ ВШЭ лучших практик мировых мегаполисов в сфере повышения экономической отдачи отрасли культуры

2024 г.

